



20 ideas

PARA  
**PROMOCIONAR**  
SU **NEGOCIO** CON  
**POCA INVERSIÓN**



publicar

# ÍNDICE

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introducción.....                                                            | 1  |
| 1. Su logo para obsequiar .....                                              | 2  |
| 2. Más que un volante.....                                                   | 3  |
| 3. Enviar correo físico ayuda más de lo que cree.....                        | 4  |
| 4. Déjese encontrar por medio de un directorio.....                          | 5  |
| 5. Exprima su QR Code.....                                                   | 6  |
| 6. Su tarjeta de presentación es su imagen.....                              | 7  |
| 7. El poder de un folleto para lucirse.....                                  | 8  |
| 8. Una dulce experiencia.....                                                | 9  |
| 9. Diríjase a su público objetivo a través de una revista especializada..... | 10 |
| 10. Un evento para impresionar.....                                          | 11 |
| 11. Experiencias fuera de lo normal.....                                     | 12 |

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 12. Promoción telefónica.....                           | 13 |
| 13. La magia del free press.....                        | 14 |
| 14. Una degustación para antojar.....                   | 15 |
| 15. Invitación a jugar.....                             | 16 |
| 16. Cupones que nunca fallan.....                       | 17 |
| 17. Aprenda sobre Google Adwords y Facebook Ads.....    | 18 |
| 18. Diseñe el e-mail que nos encantaría leer.....       | 19 |
| 19. Presuma con un catálogo o portafolio impreso.....   | 20 |
| 20. Logre que sus clientes le traigan más clientes..... | 21 |
| Para concluir.....                                      | 22 |

# INTRODUCCIÓN

Existen muchas alternativas para que pequeñas y medianas empresas puedan promocionarse sin necesidad de gastar grandes cantidades de dinero. Para lograrlo se necesita un poco de creatividad y recursividad, ya que a veces las mejores opciones son las menos utilizadas. Así que no tema tomar caminos diferentes, arriesgarse un poco y recuerde que no necesariamente los grandes presupuestos aseguran mejores resultados.

Aquí encontrará 20 ideas que podrá desarrollar para darse a conocer y capturar clientes, invirtiendo poco dinero.

Angélica Rincón Páez  
@angelicamarp



# 1. SU LOGO PARA OBSEQUIAR

- Según el Advertising Specialty Institute, 84% de las personas recuerdan el nombre de una empresa cuando reciben regalos promocionales. La verdad es que a la hora de estampar el logo o el nombre de su empresa en un objeto, las posibilidades son infinitas. Desde los tradicionales esferos y pocillos, pasando por artículos de belleza como espejos y cepillos de mano, kits de manicure o de costura, hasta relojes, extensores para USB y todo tipo de prendas de vestir.



## TIP

Antes de escoger el objeto, reflexione si ese artículo sobre el que va a estampar su logo se relaciona con el producto/servicio que vende.

## 2. MÁS QUE UN VOLANTE



Los volantes o flyers siguen siendo uno de los métodos publicitarios más utilizados debido a su bajo costo y facilidad de producción. Pero actualmente se pueden elaborar muchas alternativas que van más allá del usual cuadrado de papel. Pruebe con diversas formas, materiales y texturas. ¿Qué tal un volante de tela o de cartón? ¿o con la silueta de su producto? No se limite al flyer normal porque para destacarse y generar recordación hay que sorprender.

### TIP

La clave del éxito de los volantes está en la distribución. Antes de hacer reflexione cómo debe hacerse, dónde está su audiencia, etc. Es decir, el distribuir miles de volantes en la calle no es la mejor opción.

### 3. ENVIAR CORREO FÍSICO AYUDA MÁS DE LO QUE CREE

En un mundo donde la comunicación digital está en furor, se tiende a olvidar la importancia de lo que podemos tocar con nuestras manos. Pero en realidad valoramos más las piezas impresas.

Una encuesta internacional de Mail Print descubrió que 73% de los usuarios prefiere recibir publicidad impresa en la puerta de su casa, que en su correo electrónico. Así que aproveche el correo físico para enviar material promocional.



#### TIP

Si es posible personalizado con el nombre de cada cliente para lograr una impresión aún mayor



## 4. DÉJESE ENCONTRAR POR MEDIO DE LAS GUÍAS DE CONSULTA IMPRESAS

Los anuncios en la Guía Telefónica le permiten llegar a una población amplia con poca inversión. Un sólo anuncio puede ser visto por muchas personas los 365 días del año, más aún si se complementa con otros medios como internet, móviles, etc.

Contrario a lo que muchos creen, los directorios aún son fuente importante de consulta, particularmente en hogares y negocios.



### TIP

Si usted quiere alcanzar un público más específico, también existen los directorios especializados por sectores o segmentados por zonas de la ciudad.





## 5. EXPRIMA SU QR CODE

Estos códigos se usan, normalmente, en medios impresos como periódicos, revistas, guías telefónicas, vallas, etc. El atractivo de esta herramienta radica en que integran el mundo real con el digital. Además, son una excelente opción para que las pymes hagan publicidad, por su bajo costo y fácil desarrollo.

Lo invitamos a aprender más acerca de los QR, descargando gratis este ebook

### TIP

Aunque se pueden conseguir de forma gratuita, se pueden presentar problemas como: bloqueos al llegar a determinado número de registros, páginas de aterrizaje no adaptadas para móviles, entre otros. Por eso es clave hacerlo con una empresa que le garantice una buena experiencia a sus usuarios.

## 6. SU TARJETA DE PRESENTACIÓN ES SU IMAGEN



Las tarjetas de presentación son muy importantes no solo para difundir sus datos de contacto, sino para promocionar su negocio y establecer su identidad corporativa.

Aproveche los dos lados de la tarjeta, ya sea para ubicar información breve sobre sus productos o servicios, o para crear un diseño innovador. Preste atención a las texturas para llamar la atención: hay diferentes tipos de papeles e impresiones que ayudan a sorprender al tacto.

### TIP

Incluya sólo la información clave y si quiere captar la atención de su cliente potencial, incluya un código QR que lleve a su página web.

Los folletos o plegables nos ofrecen espacio suficiente para promocionar nuestros productos o servicios y hablar un poco sobre la empresa.

Lo importante es que escoja bien la información que va a presentar y que la organice de acuerdo con su importancia o a los objetivos que se haya planteado. Seleccione qué debe ir en la primera cara y cómo va a distribuir el resto en las demás caras. Como toda pieza gráfica el diseño es muy importante así que no lo tome a la ligera.

## 7. EL PODER DE UN FOLLETO PARA LUCIRSE



### TIP

Es clave tener un buen canal de distribución, porque de lo contrario perderá su esfuerzo. Por ejemplo si usted vende llantas, no entregue los folletos de su empresa en la calle sino establezca una alianza para entregarlos en un montallantas, estación de gasolina, almacén de repuestos, etc.



## 8. UNA DULCE EXPERIENCIA



Imagine el logo de su negocio impreso en un chocolate. En Colombia ya hay varias empresas que se dedican a elaborar estos dulces de diversos tamaños, formas y empaques con el logo respectivo. Es una idea alternativa que sorprende y ataca el sentido del gusto. Tenga en cuenta que un truco para impactar a su público es ofrecer experiencias que involucren todos los sentidos.

### TIP

Tenga mucho cuidado con la fecha de vencimiento, pues al ser productos perecederos puede ocasionar una experiencia negativa en su cliente si descuida este detalle clave.

## 9. DIRÍJASE A SU PÚBLICO OBJETIVO A TRAVÉS DE UNA REVISTA ESPECIALIZADA

Cuando usted pauta en una revista especializada puede estar seguro de que va a llegar a la audiencia que de verdad le interesa. Recuerde que es muy beneficioso enfocar sus esfuerzos en dirigirse a personas que tienen el interés o las condiciones necesarias para convertirse en clientes. Así que fíjese en revistas pensadas para grupos puntuales. Por ejemplo, si usted vende recreación dirigida y organiza fiestas infantiles, publique su anuncio en un directorio especializado en el segmento infantil



### TIP

Antes de pautar, valide aspectos como: cantidad de ejemplares impresos (tiraje), distribución, experiencia editor, etc.

## 10. UN EVENTO PARA IMPRESIONAR



Organice un evento o jornada especial donde pueda aprovechar lo que sabe y logre generar experiencias positivas en su audiencia para ganar visibilidad y recordación. Por ejemplo, si su negocio es una pastelería, ofrezca un taller de cocina donde le enseñe al público a preparar tortas y galletas. Si comercializa ropa organice un desfile de modas, si tiene una editorial puede planear un conversatorio con un autor, etc. Lo importante es que sea un momento agradable, bien planeado, y si es posible, no solo invite clientes potenciales sino también algunos miembros de la prensa local o nacional.

### TIP

Registre los datos de los asistentes y mantenga comunicación permanente con ellos para que no se olviden de usted. Envíeles información de valor a su correo electrónico como un correo de agradecimiento, brochures, invitaciones a más eventos, cupones, etc.



## 11. EXPERIENCIAS FUERA DE LO NORMAL



No es necesario invertir grandes cantidades de dinero para llamar la atención, basta con ser creativo y hacer algo que despierte sensaciones. Podría promocionar su negocio en espacios públicos por medio de un "performance", una puesta en escena o una instalación. Por ejemplo, ubíquese en un parque o en un calle de alto flujo y organice una comparsa con música y disfraces llamativos. Invite a la gente a participar y a tomarse fotos mientras reparte material promocional de su negocio. Aquí no hay limite para las ideas: entre más inesperada sea su propuesta, más visibilidad tendrá.

### TIP

Antes de organizar cualquier actividad reflexione cual es la personalidad de su marca y con base en esto valide en que escenarios podría estar.

## 12. PROMOCIÓN TELEFÓNICA



Una opción vigente es hacer promoción vía telefónica. Usted ya debería tener una base de datos de sus clientes o prospectos, que ha recolectado en puntos de venta o a través un formulario de contacto en su sitio web. La idea es llamar para ofrecer promociones y descuentos específicos. Claro, no abuse de este recurso porque la gente se puede molestar si usted llama con mucha frecuencia. Entrene muy bien a la persona o equipo encargado de esta misión para que aprendan cómo vender el producto y capturar interés.

### TIP

Tenga en cuenta actualizar su base de datos, porque sino es de calidad puede invertir muchos recursos y el retorno será bajo.

## 13. LA MAGIA DEL FREE PRESS

Los comunicados de prensa son útiles cuando queremos aumentar nuestra visibilidad haciendo presencia en los medios de comunicación. Lo mejor es que si logramos que un periodista se refiera a nuestra marca o haga una nota de prensa relacionada, habremos ganado publicidad efectiva y gratuita.

### TIP

Establezca relaciones con periodistas y no los busque solo cuando requiera un "favor".





## 14. UNA DEGUSTACIÓN PARA ANTOJAR



Si la gente no conoce nuestro producto, ¿cómo esperamos que lo compren? Por eso las muestras gratis o promociones son un recurso importante. Las llamadas "degustaciones" nos sirven para que el público pruebe un poco de nosotros, se antoje y quiera más. La gente se sentirá más confiada de comprar si ya sabe bien qué está a punto de adquirir. Distribuya sus muestras en puntos de venta, lugares públicos o en eventos masivos como conciertos o festivales. Si lo suyo es un servicio ofrézcalo gratis durante tiempo limitado.

### TIP

Como en toda actividad de marketing, valide, en lo posible, si está obsequiando su producto/servicio a la persona indicada.

## 15. INVITACIÓN A JUGAR

- Los concursos o juegos motivan la participación y fomentan la interacción, lo que eventualmente se traduce en mayor visibilidad, vinculación y fidelidad hacia la marca. Lo ideal es planear un concurso sencillo, con reglas claras, que dure poco tiempo y no requiera grandes esfuerzos por parte de la audiencia. Algo divertido donde el premio sea tentador. Fíjese en los concursos que plantean las marcas más reconocidas en Facebook.
- Nada más sencillo de hacer pero a la vez efectivo.

### TIP

Es importante evaluar antes que tan complejo o que se requiere para sacar adelante ese concurso. Realice pruebas para validar que todo esté perfecto.



## 16. CUPONES QUE NUNCA FALLAN



Los cupones llaman la atención porque los podemos usar para obtener un beneficio real y a todos nos encantan palabras como "promoción", "2x1" o "descuento". Los puede repartir impresos en puntos de venta, en las calles, o enviarlos por correo físico o electrónico. Sea muy claro en explicar el beneficio, pero sin engañar. Limite la fecha del cupón para generar una sensación de urgencia.

### TIP

Tenga en cuenta su capacidad de inventario y deje muy en claro las condiciones y restricciones de la promoción. Por ultimo no olvide medir la efectividad.



## 17. APRENDA SOBRE GOOGLE ADWORDS Y FACEBOOK ADS

Una de las formas de publicidad más económicas es pautar anuncios en Google o en redes sociales como Facebook. En Google se puede hacer promoción por medio de anuncios de display o enlaces patrocinados, de acuerdo con pujas de palabras clave. En Facebook los anuncios aparecen en los perfiles de los usuarios, según las características demográficas y geográficas que usted escoja.



### TIP

Para que su inversión sea efectiva, busque la asesoría de un experto que maximice su inversión.

## 18. DISEÑE EL E-MAIL QUE NOS ENCANTARÍA LEER



Mandar información a través de correo electrónico es sencillo y económico. Pero asegúrese de que los usuarios lo hayan autorizado para enviarles e-mails, de lo contrario su comunicación podría ser considerada como spam. Por eso en los formularios de contacto de los sitios web debe haber una casilla que diga algo como '¿le gustaría recibir información sobre nuestros productos y promociones?' Y no sobra decir que debe evitar enviar basura, es decir, información que únicamente pretenda vender, de manera insistente y acosadora. Debe crear un contenido útil, interesante, llamativo y atractivo para su audiencia.

### TIP

La clave del éxito de email está en seleccionar un asunto llamativo e innovador. (Ver Garantice el éxito de su campaña de email marketing)

## 19. PRESUMA CON UN CATÁLOGO O PORTAFOLIO IMPRESO

- Imagine que llega a su casa un catálogo de muebles impreso a todo color, con fotografías de salas y habitaciones espectaculares. ¿No sentiría curiosidad de saber cómo se llama la marca y dónde la puede encontrar? Hay productos que sencillamente se ven muy bien y son agradables de mirar más de cerca. Los catálogos o portafolios se pueden imprimir a bajo costo y son un excelente espacio para mostrar los productos. Puede enviarlos por correo a su base de datos de clientes potenciales o distribuirlos donde lo considere pertinente.



### TIP

Conecte sus actividades de marketing para tener éxito y maximizar su inversión. Es decir, envíe el catálogo a las personas que están mostrando interés en conocer de su empresa, ya sea porque asistieron a un evento, abren sus correos, lo llamaron para solicitar información o se registraron en su página web.



## 20. LOGRE QUE SUS CLIENTES LE TRAIGAN MÁS CLIENTES



Un sistema de referidos le permite aprovechar a sus clientes satisfechos para aumentar exponencialmente la cantidad de ventas. Implemente un sistema que le otorgue beneficios puntuales a quienes traigan amigos a su negocio. Desde descuentos individuales hasta combos para grupos, la idea es motivar a los compradores para que lo ayuden a expandirse. Así los clientes contribuyen a su promoción hablando bien de usted, a cambio de un beneficio.

### TIP

Puede realizarlo de manera formal por medio de un concurso o apoyándose en una excelente gestión en redes sociales.

## PARA CONCLUIR

Ya vimos que lo importante no es gastar demasiado dinero, sino aprender a aprovechar los recursos para encontrar soluciones que nos den buenos resultados. Hay muchas maneras económicas para llamar la atención de su audiencia, sólo necesita encontrar una que se acomode a su negocio, a su sector, y sobre todo, a su presupuesto.



En Publicar le brindamos la asesoría y el acompañamiento que su negocio necesita para tener presencia en múltiples plataformas y llegar a **TODOS** los clientes de su interés.



Contáctenos





# ¡GRACIAS POR DESCARGAR NUESTRO EBOOK!

Ahora lo invitamos a suscribirse a nuestro blog para recibir el  
mejor contenido de Marketing para Pymes

<http://www.publicar.com/blog>



